

U.S.-WIDE SETTLEMENT AGREEMENT REACHED CONCERNING OPIOID- RELATED WORK BY ROSETTA, BRINGING TO A CLOSE THREE YEARS OF DISCUSSIONS

NEW YORK, February 1, 2024 – A comprehensive resolution has been reached with all 50 State Attorneys General, the District of Columbia, and certain U.S. Territories related to past work undertaken for opioid manufacturers primarily by former advertising agency Rosetta, bringing to a close almost three years of discussions.

The Attorneys General have recognized Publicis Health’s good faith and responsible corporate citizenship in reaching this resolution.

As the former owner of Rosetta, which was shuttered ten years ago, Publicis Health issued the following statement:

“After three years of discussions, this settlement brings the matter to a close with a net payment of €148 million. The full settlement amount should quickly and directly contribute to the States’ opioid relief effort.

This settlement, in which the Attorneys General recognized Publicis Health’s ‘good faith and responsible corporate citizenship’, is in no way an admission of wrongdoing or liability. We will, if need be, defend ourselves against any litigation that this agreement does not resolve.

“The work for pharmaceutical companies addressed by this settlement was at all times fully compliant with the law. It was undertaken primarily by Rosetta, a small agency shuttered ten years ago, that was already working with pharmaceutical clients that manufactured opioid medication when it was acquired thirteen years ago in 2011. Its work related to these products was used solely with healthcare providers, not consumers, using communication tools and language expressly approved by the FDA. Rosetta’s role was limited to performing many of the standard advertising services that agencies provide to their clients, for products that are to this day prescribed to patients, covered by major private insurers, Medicare, and authorized by State Pharmacy Boards.

“We recognize the broader context in which that lawful work took place. The fight against the opioid crisis in the United States requires collaboration across industries, lawmakers, and communities, and we are committed to playing our part. That is why we worked to reach this agreement, and why we are also reaffirming our long-standing decision to turn down any future opioid-related projects.”



About the Financial Effects of this U.S.-wide settlement

In the context of this settlement, following the payment of \$343 million to the States, Publicis Health has been compensated by its insurers for \$130 million. Consequently, it has recorded a non-recurring charge of \$213 million before tax in the fourth quarter of 2023. After tax, this non-recurring charge amounted to \$160 million in cash, or €148 million euros. These transactions will be fully reflected in Publicis Groupe's 2023 financial statements. Given its non-recurring nature, the settlement will be accounted for below the Operating Margin and will be adjusted from the free cash flow before change in WCR in 2023. Thus, the settlement has no impact on the Groupe's 2023 guidance.

//////// FRENCH TRANSLATION FOLLOWS //////////

UN ACCORD DE RÈGLEMENT CONCLU AUX ÉTATS-UNIS CONCERNANT LE TRAVAIL EFFECTUÉ PAR L' AGENCE ROSETTA DANS LE DOMAINE DES OPIOIDES, CLOTURANT TROIS ANNÉES DE DISCUSSIONS

NEW YORK, le 1^{er} février 2024 -- Un accord a été conclu entre les procureurs généraux des 50 États américains, le district de Columbia et certains territoires des États-Unis concernant le travail réalisé par l'ancienne agence de publicité Rosetta pour le compte de fabricants d'opioïdes, clôturant ainsi trois années de discussions.

Les procureurs généraux ont reconnu la bonne foi et l'attitude responsable et citoyenne de Publicis Health lors de la conclusion de cet accord.

En tant qu'ancien propriétaire de Rosetta, une agence fermée depuis dix ans, Publicis Health a déclaré :

" Cet accord de règlement nous permet de clore trois années de discussion, et se conclut par un paiement net de 148 millions d'euros. Le montant total de l'accord devrait contribuer de manière directe et rapide à renforcer l'aide apportée à ces États pour lutter contre les conséquences de la crises des opioïdes.

La conclusion de cet accord, dans lequel les procureurs généraux ont explicitement reconnu la 'bonne foi et l'attitude responsable et citoyenne de Publicis Health', ne constitue en aucun cas une reconnaissance de faute ou de responsabilité. Nous nous défendrons, si nécessaire, contre tout litige que cet accord ne parviendrait pas à résoudre.

Le travail effectué pour le compte d'entreprises pharmaceutiques et visé par ce règlement a toujours été parfaitement conforme à la loi. Il a été mené principalement par Rosetta, une petite agence fermée depuis dix ans, qui travaillait déjà avec des clients pharmaceutiques produisant des traitements à base d'opioïdes lorsqu'elle a été rachetée il y a treize ans en 2011. Son travail dédié à ces produits n'a été utilisé qu'auprès de prestataires de soins de santé, jamais auprès des consommateurs, ayant recours uniquement à des outils de communication et des terminologies approuvés par la FDA (Food and Drug Administration). Le rôle de Rosetta s'est limité à la réalisation de services standard qu'une agence de publicité propose à ses clients, et ce, pour des produits qui sont à ce jour toujours prescrits aux patients, couverts par les principaux assureurs privés, Medicare, et autorisés par les autorités pharmaceutiques des États.

"Nous reconnaissons le contexte plus large dans lequel ce travail conforme à la loi a été mené. La lutte contre les opioïdes aux États-Unis nécessite une collaboration entre les industries, le législateur et les communautés, et nous sommes déterminés à y contribuer. C'est pourquoi nous avons œuvré pour



parvenir à cet accord et que nous réaffirmons notre engagement de longue date de refuser tout projet futur lié aux opioïdes."

A propos de l'incidence financière de cet accord aux Etats-Unis.

Dans le cadre de cet accord, à la suite du règlement de 343 millions de dollars aux Etats, Publicis Health a été remboursé à hauteur de 130 millions de dollars par ses assureurs. Par conséquent, le Groupe a comptabilisé une provision non récurrente de 213 millions de dollars avant impôts au quatrième trimestre 2023. Après impôts, cette charge non récurrente correspond à un décaissement de 160 millions de dollars soit 148 millions d'euros. Ces transactions seront entièrement prises en compte dans les comptes de Publicis Groupe au 31 décembre 2023. Compte tenu de sa nature non récurrente, les effets de ces accords seront comptabilisés en dessous de la marge opérationnelle et seront ajustées du free cash flow avant variation du BFR en 2023. Ils n'auront ainsi pas d'impact sur la guidance 2023 du Groupe.

#

Contact

Kipp Jarecke-Cheng Corporate Communications, Publicis Health

kipp.cheng@publicishealth.com

Kekst CNC

publicishealth@kekstcnc.com

About Publicis Health

At Publicis Health, we are united around one purpose: to create a world where people are equipped and motivated to take control of their health. We transform healthcare marketing and communications into healthcare engagement. We believe healthcare marketing is healthcare, fostering healthy conversations, healthy behaviors and healthy people. With 40 offices and 8 brands across the globe, Publicis Health's worldwide staff is comprised of more than 3,000 healthcare professionals who are experts in advertising and branding, data and analytics, strategic planning, service design, digital media and technology, science, and medicine. Publicis Health companies include BBK Worldwide, Digitas Health, Heartbeat, Insagic, Langland, Payer Sciences, Razorfish Health, and Saatchi & Saatchi Wellness.

For more information, visit us at www.publicishealth.com.

Publicis Health is a subsidiary of [Publicis Groupe](#) [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40].

